

Locational characteristics of department stores in the metropolitan area : a comparative study of three major metropolitan areas in Japan

著者	Iwama Nobuyuki
内容記述	Thesis (Ph. D. in Science)--University of Tsukuba, (A), no. 2861, 2002.3.25 Includes bibliographical references
発行年	2002
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2241/5631">http://hdl.handle.net/2241/5631</a>

氏 名 (本 籍)	いわ ま のぶ ゆき 岩 間 信 之 (茨 城 県)
学 位 の 種 類	博 士 (理 学)
学 位 記 番 号	博 甲 第 2861 号
学位授与年月日	平成 14 年 3 月 25 日
学位授与の要件	学位規則第 4 条第 1 項該当
審 査 研 究 科	地球科学研究科
学位論文題目	Locational Characteristics of Department Stores in the Metropolitan Area : A Comparative Study of Three Major Metropolitan Areas in Japan (大都市圏における百貨店の立地特性－日本の三大都市圏における比較研究－)
主 査	筑波大学教授 理学博士 高 橋 伸 夫
副 査	筑波大学教授 理学博士 田 林 明
副 査	筑波大学教授 理学博士 村 山 祐 司
副 査	筑波大学講師 博士 (理学) 小 田 宏 信

## 論 文 の 内 容 の 要 旨

本研究では、東京、京阪神、名古屋大都市圏に立地する百貨店各店の質的な差異に着目し、店舗の特性と立地位置との関係を大都市圏スケールから考察した。さらに、三大都市圏の一般性および固有性を検討することにより、大都市圏における百貨店の立地特性の解明を試みた。

研究方法は以下の通りである。まず全国における百貨店の動向を概観した後、東京大都市圏、京阪神大都市圏、名古屋大都市圏における百貨店の立地特性を検討した(Ⅲ～Ⅴ章)。具体的には、Ⅲ～Ⅴ章の 1 節で百貨店の立地展開を経年的に把握した後、2 節において、各店の特性を示す変数(品目別の売場面積比率、取扱商品から算出した顧客の年齢構成比率、平均単価、および併設サービス施設の面積比率)を用いて店舗を類型化した。3 節では、各類型の分布を検討することにより、百貨店の立地特性を考察した。続いてⅥ章で、三大都市圏における百貨店の立地特性の一般性と固有性を考察した後、百貨店の立地特性を模式化した。店舗の類型化には、因子分析・クラスター分析を用いた。

類型化の結果、東京大都市圏(105 店)、京阪神大都市圏(50 店)、名古屋大都市圏(21 店)から、東京 9 類型、京阪神 5 類型、名古屋 4 類型が抽出された。各類型の特性を大別すると、1) 高級衣料品などの買回品に特化した店舗群、2) 日用品などの最寄品の比重が高く、かつ各種のサービス施設を併設したショッピングセンター型の店舗群、3) 最寄品に特化し、スーパーマーケットに類似した特質を有する店舗群の 3 つに要約された。

各類型の分布パターンを検討した結果、三大都市圏における百貨店の立地特性には、以下の一般性と固有性が確認された。一般性の第一は、店舗の質的な差別化である。買回品の比重が高い店舗は、いずれも昼夜間人口比率 100% 以上の大都市立地が顕著である。一方、ショッピングセンター型、スーパーマーケット型の店舗は、昼夜間人口比率 100% 以下の住宅都市に立地が限られる。さらに、大都市中心部に近接するに依りて、主要顧客の年齢構成は若年化し、商品の平均単価は上昇する店も三大都市圏で共通する。

一方、固有性としては下記の 2 店が導き出された。第一は、店舗の分布パターンの差異である。東京・名古屋大都市圏は、ともに中心部における店舗の一極集中が顕著である。しかし、京阪神では、大阪、京都、神戸に高い店舗集積がみられ、三都市間の格差は僅かである。第二は郊外における店舗集積である。東京大都市圏では 35km 圏周辺において著しい店舗集積がみられるが、京阪神、名古屋大都市圏では郊外の店舗は少ない。

以上の分析から、三大都市圏における百貨店の立地特性は下記のように要約できる。東京大都市圏では、店舗間の差別化が顕著である。店舗の特質は、大都市と郊外、および大都市中心部から10km圏、35km圏、100km圏を境界にして大きく変容する。買回品の特化した店舗は大都市の集積しており、郊外では、35km圏周辺におけるショッピングセンター型、36km以遠におけるスーパーマーケット型店舗の立地が卓越する。千葉や横浜にも買回品特化型店が立地するが、大都市中心部ほどの集積は認められない。東京大都市圏は、中心部を核とした機能的な階層構造を形成している。

京阪神大都市圏においても、立地位置による店舗間の差別化が確認できる。大阪、京都、神戸では、買回品に特化した店舗類型の立地が顕著である。一方、三都市の郊外には、ショッピングセンター型、スーパーマーケット型店が立地する。顧客の年齢構成や商品の平均単価も、三都市各々の中心部からの距離に比例して変化する。大阪、京都、神戸は相対的に自立した商圈を有しており、京阪神大都市圏は三都市を核とした三極構造を形成している。

名古屋大都市圏は、東京大都市圏と同様に、大都市中心部における店舗立地が卓越している。しかし、大都市中心部には店舗特性の異なる百貨店群が混在しており、立地位置に伴う店舗特性の差別化は認められない。また、郊外に立地する店舗も僅かである。名古屋大都市圏は、中心部への一極集中型の構造を有している。

## 審 査 の 結 果 の 要 旨

本研究の評価は、次の3点である。第一に、百貨店という高次の小売業態を指標に小売業の空間構造を解明し、大都市圏研究に新たな知見を加えた。第二に、店舗間の質的差異を示す詳細な個票データを収集し、多変量解析による定量的な分析を行った。第三に、東京、京阪神、名古屋大都市圏の比較研究を行い、三大都市圏の一般性と固有性を明らかにした。

よって、著者は博士（理学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。